

**PENGARUH PERSONAL SELLING, HARGA DAN KUALITAS  
AYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI  
KESEHATAN MAESTRO HOSPITAL PLAN (Studi kasus pada  
PT. AXA Financial Indonesia – Agency Jakarta Yona)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS S  
MERCU BUANA  
MERCU BUANA**

**NAMA : ABDHI ARYA DINATTA**

**NIM : 43111110053**

**Program Studi Pemasaran  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2015**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdhi Arya Dinatta

Nim : 43111110053

Program studi : SI Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Agustus 2015



Abdhi Arya Dinatta

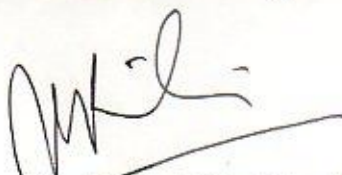
NIM : 43111110053

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Abdhi Arya Dinatta  
NIM : 43111110053  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Personal Selling, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kesehatan Maestro Hospital Plan (Studi Kasus Pada PT. Axa Fianacial Indonesia – Agency Jakarta Yona)  
Tanggal Lulus Ujian : 20 Agustus 2015

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing

**Moch. Rizki Sadikin., MBA.**

Tanggal : 20 Agustus 2015

Ketua Penguji

**Dra. Aty Herawati., M.Si.**

Tanggal : 20 Agustus 2015

Dekan

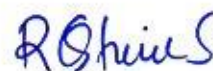
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Prof. Dr. Wiwik Utami., Ak., MS., CA.**

Tanggal : 20 Agustus 2015

Ketua Program Studi

S1 Manajemen

**Dr. Rina Astini., MM.**

Tanggal : 20 Agustus 2015

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Personal Selling, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Maestro (Studi Kasus Pada PT. Axa Financial Indonesia – Agency Jakarta Yona)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Moch. Rizki Sadikin. MBA., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orangtua tercinta, kedua kakak, adik dan keluarga tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr Rina Astini, MM., selaku Ketua Program Studi Pemasaran Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Seluruh Staff PT. AXA Financial Indonesia – Agency Jakarta Yona, Yona Febriyani Tjen selaku Agency Director, Gusmanita, SE, selaku Senior Agency Manager, Suci Mulyanto selaku Agency Manager dan Riska Andriani selaku Staff Officer yang telah banyak membantu keperluan skripsi ini.
7. Rekan-rekan sesama mahasiswa program studi manajemen kelas karyawan angkatan 2011-2015, Universitas Mercu Buana.
8. Saudara Didi, Halifi Khadafi, Temmy Buddi, Nofi Saraswati, Titin Hasanah dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 20 Agustus 2015

Abdhi Arya Dinatta  
NIM: 43111110053

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1. Maksud Penelitian .....	6
2. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Dari Penelitian .....	7
2. Manfaat Lain .....	7

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

A. Kajian Pustaka.....	8
1. Pemasaran .....	8
a. Pengertian Pemasaran .....	8
b. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	9
c. Pengertian Bauran Pemasaran .....	10
2. Promosi .....	12
a. Pengertian Promosi .....	12
b. Bauran Promosi .....	13
3. Personal Selling .....	14

a. Pengertian Personal Selling .....	14
b. Tujuan Personal Selling .....	15
c. Fungsi Personal Selling .....	16
d. Sifat Personal Selling .....	17
4. Harga .....	18
a. Pengertian Harga .....	18
b. Tujuan Penetapan Harga .....	19
c. Dimensi Harga .....	20
d. Faktor-Faktor Mempengaruhi Harga .....	21
5. Kualitas Layanan .....	23
a. Pengertian Kualitas Layanan .....	23
b. Dimensi Kualitas Layanan .....	25
6. Keputusan Pembelian .....	26
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	26
b. Jenis-Jenis Perilaku Pembelian .....	27
c. Faktor-Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	28
d. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	30
7. Penelitian Terdahulu .....	32
B. Kerangka Pemikiran .....	35
C. Hipotesis .....	37

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
B. Desain Penelitian .....	38
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	38
1. Definisi Variabel .....	38
2. Operasionalisasi Variabel .....	39
D. Pengukuran Variabel .....	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	45
1. Populasi Penelitian .....	45
2. Sampel Penelitian .....	46

F. Teknik Pengumpulan Data .....	47
G. Metode Analisis Data .....	47
1. Statistik Deskriptif .....	47
2. Pengujian Instrument Kualitas Data.....	48
a. Uji Validitas .....	48
b. Uji Reliabilitas .....	49
3. Uji Asumsi Klasik .....	49
a. Uji Normalitas .....	49
b. Uji Multikolonieritas .....	50
c. Uji Heterokedastisitas .....	50
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
5. Uji Hipotesis .....	52
a. Uji Koefiesen Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
b. Uji Simultan (Uji F) .....	53
c. Uji Parsial (Uji t) .....	54

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	55
a. Struktur Organisasi Perusahaan.....	58
b. Gambaran Umum Responden .....	59
c. Peta Lokasi Responden .....	59
B. Statistik Deskriptif .....	60
C. Hasil Uji Kualitas Instrument Penelitian dan Uji Asumsi .....	67
1. Uji Kualitas Instrument Penelitian .....	67
a. Uji Validitas .....	67
b. Uji Reliabilitas .....	70
2. Uji Asumsi Klasik .....	71
a. Uji Normalitas .....	72
b. Uji Multikolonieritas .....	73
c. Uji Heteroskedastisitas .....	74



D. Uji Hipotesis .....	75
1. Analisa Regresi Berganda .....	76
2. Koefesien Derterminasi ( $R^2$ ) .....	76
3. Uji F .....	77
4. Uji t .....	78
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	80
1. Pengaruh Personal Selling, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan pembelian .....	80
2. Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian .....	80
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	81
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	82
B. Saran .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN	